

Un document Forrester Consulting
sur le leadership éclairé réalisé à la
demande de Dell Technologies

Mai 2021

Exploration des défis liés aux données qui affectent les entreprises du monde entier

Les entreprises doivent mieux équilibrer la
culture et la technologie pour améliorer le
niveau de préparation des données

Table des matières

- 3** Synthèse
- 4** Les efforts de transformation numérique entraînent la demande d'une quantité de données encore supérieure
- 6** Le niveau de préparation des données reste néanmoins à la traîne
- 8** Les entreprises sont submergées par les barrières de données
- 10** Un modèle de données as-a-service aidera les entreprises à surmonter la contradiction des données
- 12** Principales recommandations
- 13** Annexe

Directrice du projet :

Sarah Brinks, consultante senior sur l'impact sur le marché

Recherche connexe :

Groupe de recherche DSI de Forrester

À PROPOS DE FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting offre un service de consulting indépendant et objectif aux dirigeants qui travaillent au succès de leur organisation. Allant d'une brève session stratégique à des projets personnalisés, les services de conseil de Forrester vous permettent d'être directement en contact avec des analystes qui fournissent des avis d'expert sur vos défis commerciaux spécifiques. Pour plus d'informations, consultez la page forrester.com/consulting.

© 2021, Forrester Research, Inc. Tous droits réservés. Toute reproduction non autorisée est strictement interdite. Les informations figurant dans ce document s'appuient sur les meilleures ressources disponibles. Les opinions exprimées dans ce document reflètent le point de vue des auteurs au moment de sa rédaction et sont susceptibles d'évoluer. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar et Total Economic Impact sont des marques de Forrester Research, Inc. Toutes les autres marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Pour en savoir plus, consultez le site forrester.com. [E-49838]

Synthèse



Par rapport à il y a trois ans, seulement 41 % d'entre eux affirment analyser plus de données. Cela représente environ la moitié de la proportion d'entreprises qui affirment que la demande envers les données a augmenté.



Nous définissons le terme « as-a-service » comme l'utilisation d'une infrastructure, d'une application ou d'une plate-forme tierce qui peut être provisionnée de manière dynamique pour atteindre les objectifs métiers.

Aujourd'hui, les entreprises génèrent, exigent et collectent plus de données que jamais, mais les équipes de données débordées ont du mal à analyser et à sécuriser ces données. Malgré cela, ces mêmes équipes de données exigent constamment *d'avantage* de données. Cela a créé un paradoxe problématique. Les sociétés qui ne traitent pas les données comme une nouvelle source de puissance ou comme l'élément vital de l'entreprise sont vouées à échouer dans leur quête de devenir une entreprise avec des données en tout lieu.

Les décideurs en stratégie de données se heurtent à des obstacles lorsqu'ils tentent de naviguer dans le flot de données et d'aligner leur niveau de préparation culturelle et technologique. Notre étude a révélé que 88 % des stratégies de données à travers le monde négligent leur technologie et leurs processus, ou leur culture et leurs compétences, ou encore les deux. Environ un tiers déclarent que leur entreprise adopte une approche déséquilibrée pour améliorer le niveau de préparation des données, en se concentrant trop sur sa culture et en oubliant la technologie ou inversement. Seuls 12 % des décideurs indiquent que leur entreprise a trouvé le bon équilibre ; nous avons appelé ces entreprises « champions des données ».

Les entreprises ont besoin d'un meilleur moyen de gérer les données et de remédier à cette contradiction. Dans une économie as-a-service, dans laquelle les entreprises facturent généralement des services par utilisation et pivotent rapidement, le passage à un modèle informatique à la demande constitue le meilleur moyen de devenir une entreprise innovante axée sur les données.

Dell a demandé à Forrester Consulting d'évaluer l'état de préparation face à l'afflux continu de données. Forrester a mené une enquête en ligne auprès de 4 036 participants issus de 45 sites, occupant un poste de directeur ou supérieur, qui sont responsables des stratégies de données et de la transformation numérique (DT), dans de petites entreprises ou de grandes entreprises internationales.

PRINCIPALES CONCLUSIONS

- **Les entreprises sont toujours submergées par les données.** Au cours des trois dernières années, 66 % des décideurs ont constaté une augmentation de la quantité de données qu'ils génèrent. 75 % indiquent que la demande de données a augmenté sur cette période. Certaines entreprises voient ces vecteurs de données doubler, voire tripler, ce qui les met face à un grand nombre de données qu'ils ne peuvent pas analyser et utiliser assez rapidement. Cela a créé une multitude de risques en matière de sécurité et de conformité, avec des équipes de données submergées.
- **Les entreprises ont du mal à tirer profit des données qu'elles possèdent, mais elles en recherchent toujours plus.** Les efforts de transformation numérique augmentent la soif de données des décideurs en matière de stratégie de données, mais ceux-ci ont du mal à rendre les données plus disponibles à des fins d'analyse ou à s'assurer que les données disponibles sont connues et utilisées. 70 % des décideurs en données collectent des données plus rapidement qu'ils ne peuvent les analyser et les utiliser, mais 67 % d'entre eux affirment qu'ils ont constamment besoin de plus de données que leurs capacités actuelles.
- **L'adoption d'un modèle de données as-a-service permettra de soulager les difficultés causées par le paradoxe des données.** 57 % des décideurs s'attendent à passer à un modèle de données as-a-service au cours des trois prochaines années. Aujourd'hui, seulement 20 % d'entre eux affirment que leur entreprise est passée à un modèle as-a-service pour la majeure partie de ses applications et de son infrastructure. Le passage à un modèle as-a-service offre quelques principaux avantages, tels que la simplification du transfert des données, l'amélioration de la gestion des données via un point d'accès unique et l'accélération du délai d'action.

Les efforts de transformation numérique entraînent la demande d'une quantité de données encore supérieure

Les données sont sources de difficultés pour de nombreux décideurs en stratégie de données, au lieu de leur fournir des opportunités de progrès. La récente pandémie de COVID-19 a indéniablement permis de faire la lumière sur les forces et faiblesses des entreprises. Alors que les entreprises ont pris des mesures d'urgence pour protéger leurs données pendant que leurs collaborateurs travaillent à distance, près de la moitié des décideurs signalent une augmentation significative de la quantité de données collectées, stockées et analysées. Lors de l'enquête auprès des 4 036 décideurs en données, nous avons relevé les points suivants :

- > **La transformation numérique n'est plus un objectif pour la plupart des entreprises. C'est un enjeu de taille.** Les entreprises se transforment numériquement, mais seulement 15 % des décideurs en stratégie de données affirment avoir déjà atteint leurs objectifs de transformation numérique. Plus de 55 % d'entre eux ont des difficultés à atteindre leurs objectifs dans ce domaine (voir figure 1). Cela n'est pas dû à un manque de budget : les dépenses informatiques sont en hausse. Les décideurs en données ont déjà augmenté de 77 % leur investissement dans la transformation numérique au cours des trois dernières années et envisagent de l'augmenter de 57 % supplémentaires au cours des trois prochaines années. Les entreprises consacrent beaucoup de temps et de ressources à essayer de rivaliser à l'ère du numérique, mais elles ne font que peu de progrès.
- > **Les volumes de données ont augmenté au cours des trois dernières années.** Les trois quarts des décideurs en stratégie de données ont vu le volume de données que leur entreprise exige et génère (66 %) augmenter au cours des trois dernières années. 56 % d'entre eux ont également constaté une augmentation de la quantité de données collectées, ce qui se traduit par un afflux considérable de données qu'ils doivent gérer et dont ils doivent recueillir des renseignements.



La plupart des décideurs qui ont constaté une augmentation significative de la demande envers leurs données affirment que cette demande a doublé.

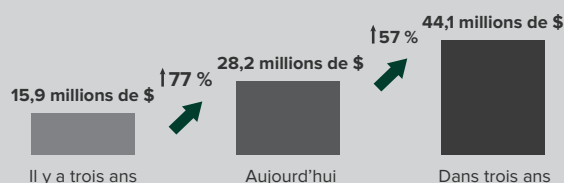
Figure 1

« Pour les initiatives de transformation numérique que vous avez déjà entamées/dans lesquelles vous avez déjà investi, laquelle reflète le mieux votre position dans votre parcours de transformation numérique ? »



55 %
Nous avons encore du chemin à parcourir jusqu'à atteindre nos objectifs de TN ; il est peu probable que nous atteignons nos objectifs de TN dans les délais que nous avons initialement définis ; ou nous n'atteindrons pas nos objectifs de TN dans les délais que nous avons initialement définis.

« Selon votre meilleure estimation, combien votre organisation a-t-elle dépensé cette année pour la transformation numérique ? Combien a-t-elle dépensé il y a trois ans ? Combien de dépenses prévoyez-vous d'ici trois ans ? »



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM
Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

► **Les entreprises ont des difficultés à tirer le meilleur parti de leurs données.** Elles doivent être en mesure de transformer les données en informations exploitables pour éclairer leurs décisions commerciales. Pourtant, bon nombre d'entre elles ont du mal à s'adapter à la croissance des données et à en tirer une valeur considérable. 47 % des décideurs en stratégie de données affirment même que la qualité de leurs informations exploitables a diminué ou plafonné par rapport à la situation il y a trois ans. Pendant ce temps, trop peu de décideurs professionnels (23 %) signalent des augmentations significatives de l'utilité et de la qualité (17 %) de leurs données par rapport à il y a trois ans. Naturellement, la collecte et la génération de données ne permettront pas de résoudre la contradiction des données (voir figure 2).

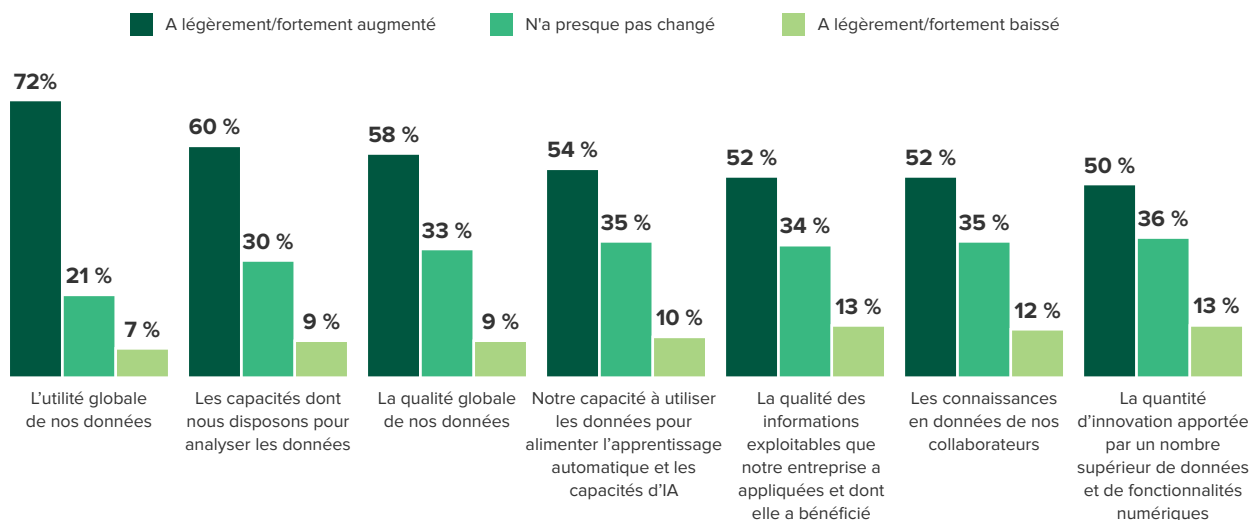


43 % des décideurs qui ont constaté une augmentation significative de la quantité de données qu'ils génèrent indiquent que la magnitude de ces données a doublé ; 27 % l'ont vu tripler.

Les types de données dans lesquels les volumes augmentent le plus, notamment les données non structurées (vidéos, images, texte, voix et réseaux sociaux) ; les données d'applications métiers ; et les données issues de capteurs et de processus physiques. Le centre de gravité des données s'éloigne du datacenter, des entrepôts de données et des bases de données d'analytique, pour se tourner vers un écosystème en réseau de flux de données et en périphérie. Les données sont en train de devenir un monde de développeurs, et la gestion des données en perçoit déjà les effets.¹

Figure 2

« Par rapport à il y a trois ans, comment les éléments suivants ont-ils changé à la suite de vos efforts de transformation numérique ? »



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM

Remarque : les pourcentages peuvent ne pas atteindre un total de 100 en raison de l'arrondissement.

Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

Le niveau de préparation des données reste néanmoins à la traîne

Dans le cadre de cette étude, nous avons analysé le niveau de préparation culturelle et en termes de compétences des entreprises. Il s'agissait notamment de capturer les actions qu'elles mettent en place pour démocratiser l'utilisation des données, la façon dont elles favorisent la connaissance des données ainsi que la façon dont elles créent une communauté de passionnés de données.

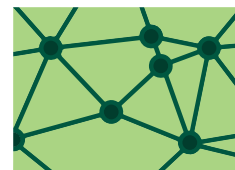
Nous avons également analysé la technologie et les processus des entreprises en examinant l'intégration de leur technologie, la manière dont elles stockent les données, le développement de cas d'utilisation en périphérie et le niveau d'automatisation de leurs processus de données.

La plupart (88 %) des décideurs indiquent que leur entreprise néglige sa technologie et ses processus, ou sa culture et ses compétences, ou les deux (voir figure 3). En outre, seuls 21 % de ces décideurs attestent que le traitement des données est aujourd'hui capital. Pourtant, malgré ces insuffisances et ces admissions, 66 % des décideurs déclarent être axés sur les données et indiquent que les données sont l'élément vital de leur organisation.

Ce fossé de perception pose problème : En gonflant leur niveau de préparation des données, les entreprises sont moins susceptibles de combler leurs lacunes en matière de données et de mettre en œuvre les efforts nécessaires pour devenir une véritable entreprise axée sur les données. Notre étude a permis d'établir les constats suivants :

- **La plupart des entreprises ont encore beaucoup de chemin à parcourir.** Plus de la moitié des décideurs de l'étude ont obtenu une note faible à la fois en termes de culture des données et de niveau de préparation technologique. Nous avons donné à leurs entreprises le nom de « novices des données ». Ces entreprises n'ont pas encore automatisé leurs processus et ont des difficultés à faire évoluer leurs technologies. Elles n'ont pas non plus créé une culture de personnel passionné de données, pour innover en matière de données et de processus d'analytique.
- **Plus d'un tiers des décideurs affirment que leur entreprise s'est concentrée sur la culture ou sur la technologie des données. Un équilibre entre les deux est nécessaire.** 17 % des décideurs déclarent que leur entreprise se concentre principalement sur les technologies et les processus. Nous avons qualifié ces entreprises de « techniciens des données ». Elles exploitent des environnements multicloud, déploient l'apprentissage automatique (ML) pour automatiser la détection des anomalies, et observent plus en profondeur la pile de performances pour restructurer la façon dont elles peuvent traiter et mieux utiliser les données qu'elles possèdent. Par conséquent, elles obtiennent des données de meilleure qualité et des informations plus utiles à partir de leurs données. Cependant, elles négligent la culture et les compétences. En l'absence d'une équipe de passionnés de données capable d'exploiter les données et de les considérer comme capitales, la qualité des données devient discutable.

Les entreprises « passionnées de données » (17 %) sont allées trop loin dans le sens opposé. Elles se concentrent sur la mise en place d'une équipe de passionnés de données, mais n'ont pas investi les mêmes efforts et budget dans la technologie et les processus. Ce n'est qu'en atteignant le juste équilibre que les entreprises peuvent progresser et devenir des champions des données (seulement 12 % des entreprises représentées dans notre étude).



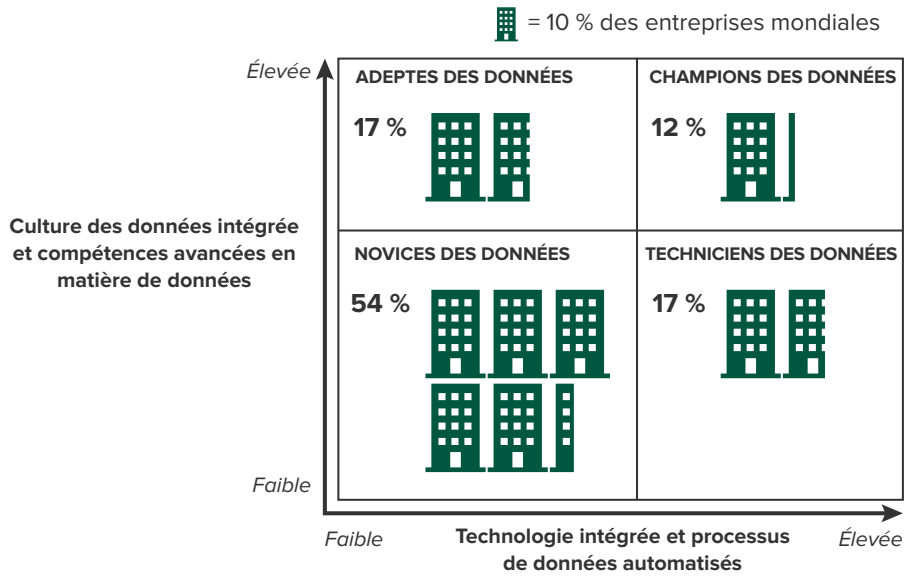
49 % des décideurs affirment que leur entreprise construit davantage de Data Lakes. Près de la moitié invoquent tout de même un manque de consolidation en raison d'un trop grand nombre de Data Lakes distincts, ce qui constitue un obstacle à une meilleure utilisation des données.



Les Data Lakes distincts créent également des silos de données. Les entreprises adoptent des solutions à court terme au lieu de créer une stratégie évolutive.

Figure 3

Évaluation du niveau de préparation des données



Mesures prises par les entreprises pour innover avec les données



Au cours des une à trois dernières années, 45 % des participants indiquent que leur entreprise a utilisé des informations sur les données pour mieux comprendre leurs clients/cibles/public existants.



30 % des décideurs de données réalisent davantage de modélisation des données afin de prévoir l'évolution des demandes/comportements/besoins des clients, pour surmonter les impacts de la pandémie.



Au cours des une à trois dernières années, 37 % des participants indiquent que leur entreprise a utilisé des informations sur les données pour attirer les clients grâce à des offres personnalisées.



Au cours des trois dernières années, 28 % des décideurs ont utilisé des informations sur les données pour orienter le développement de nouveaux produits et services.

Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM
 Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

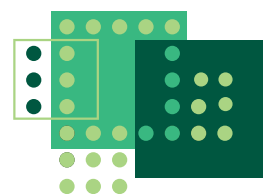
Les entreprises sont submergées par les barrières de données

De nombreux obstacles empêchent les sociétés de réaliser le plein potentiel de leurs données. Ces obstacles vont des silos de données et professionnels aux processus manuels et aux compétences internes insuffisantes. Résultat :

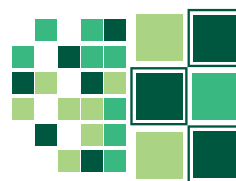
- **Les équipes de données sont submergées mais ont toujours besoin de davantage de données.** 64 % des décideurs en données déclarent qu'ils disposent de trop de données pour respecter les exigences de sécurité et de conformité. 61 % des décideurs en données se retrouvent donc avec des équipes de données submergées par la quantité de données dont elles disposent.
- **Les silos de données font qu'il est difficile de savoir quelles données sont disponibles et comment il est possible de les préparer à partir de différentes sources.** Les silos de données sont trop fréquents dans les entreprises modernes. Aujourd'hui, les entreprises construisent la plupart des déploiements de Big Data en silos, en grande partie pour répondre aux besoins spécifiques de l'entreprise : collecte des données de capteurs pour prendre en charge les mesures intelligentes, des données de parcours Web pour prendre en charge l'analytique client, ou des données de géolocalisation afin de prendre en charge la personnalisation pour le client. Ces silos constituent un défi majeur pour les équipes de données, en particulier lorsqu'il est temps pour elles d'intégrer les silos.² Sur les 60 % de décideurs de notre étude qui identifient les silos de données comme un obstacle à la préparation des données, 57 % blâment les systèmes internes qui ne s'intègrent pas et 61 % affirment que les demandes des consommateurs créent des silos.

Les silos de données rendent l'acquisition et le partage de données difficiles, lents et coûteux. Par conséquent, les décideurs doivent évaluer soigneusement les activités commerciales susceptibles d'introduire de nouveaux silos de données, et ils doivent faire face à tous les nouveaux silos dès que possible. Il s'agit notamment des nouveaux silos créés par des fusions et des acquisitions ou des marchés de données : 73 % des personnes interrogées, qui rencontrent des difficultés avec les silos de données, identifient les fusions et acquisitions comme la principale cause des silos de données au sein de leur organisation.

- **Les entreprises ne considèrent pas les données comme un sport d'équipe.** La modification de la culture d'une société n'est jamais simple et est rarement rapide. Cependant, de nombreuses entreprises retardent les initiatives importantes pendant une durée pouvant aller jusqu'à trois ans. Aujourd'hui, les entreprises se concentrent sur la formation et les certifications en matière de connaissance des données. Former le personnel est un bon point de départ, mais cela ne suffit pas pour changer l'état d'esprit d'une organisation. Les données sont un sport d'équipe ; tout le monde doit travailler de concert pour adopter les données et les exploiter efficacement. Très peu d'entreprises incitent les collaborateurs à innover avec les données, à participer volontairement à des audits de données tiers ou à créer des communautés de passionnés de données (voir figure 4). Il s'agit d'étapes essentielles pour changer la culture de la société et relever les défis associés à l'augmentation du volume et de la variété des données.



56 % des décideurs en données n'ont pas utilisé d'informations sur les données pour créer une infrastructure IT adaptée à l'ingestion rapide des données au cours des trois dernières années.

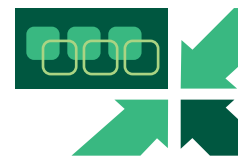


60 % des décideurs en données affirment que les silos de données constituent un obstacle à la capture, à l'analyse et à l'action sur les données.

► **L'absence d'ensembles de compétences clés entrave l'utilité des données.** Ce n'est pas parce que les sociétés disposent de plus de données qu'elles sont utiles ou utilisées de manière avantageuse. Notre étude a révélé qu'un manque de compétences techniques compliquait la tâche de certaines entreprises souhaitant tirer le meilleur parti de leurs données. 48 % des décideurs affirment que la passion pour les données de leur personnel a diminué ou plafonné par rapport à il y a trois ans. Certaines entreprises n'ont pas les capacités techniques nécessaires pour traiter les données brutes sous une forme utile (51 %), n'ont pas la possibilité de fournir des données fonctionnelles à tous ceux qui en ont besoin (50 %) et n'ont pas les capacités techniques nécessaires pour collecter toutes les données brutes qu'elles recherchent (41 %). Pourtant, aujourd'hui, les entreprises ne parviennent pas à combler leurs pénuries en matière de capacités. Aujourd'hui, seuls 19 % des décideurs recrutent activement des ingénieurs de données, des data scientists et/ou des développeurs de logiciels. Les entreprises ont besoin d'un leadership passionné en matière de données, capable de défendre et de développer une culture compatible avec les données à l'échelle de l'entreprise. Seulement 28 % des décideurs affirment que leur entreprise a désigné un directeur des données, tandis que 70 % affirment que leur entreprise n'a toujours pas veillé à ce que son conseil d'administration soutienne visiblement ses stratégies de données et d'analytique.

La pandémie de COVID-19 a exacerbé les barrières des données. 44 % des décideurs en données affirment que la quantité de données collectées, stockées et analysées a considérablement augmenté depuis la pandémie, causant la frustration des équipes de données. Les entreprises s'efforcent de standardiser leurs stratégies et procédures de sécurité pour s'adapter à une configuration à distance, le tout avec des effectifs réduits en raison de congés. Tout cela entraîne des lacunes en matière d'expertise. La pandémie a montré à quel point les entreprises étaient vulnérables face à la volatilité.

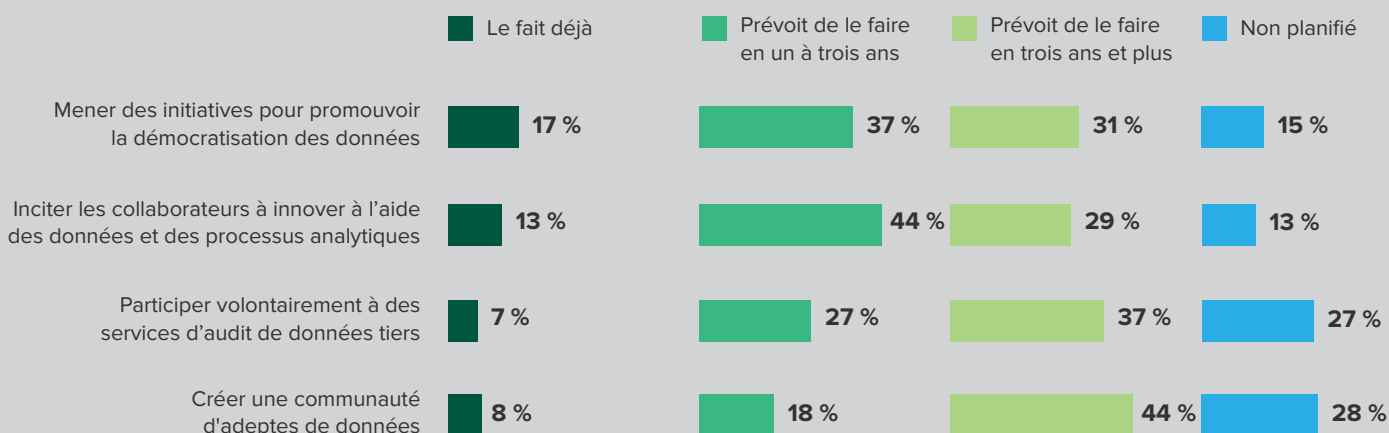
Les entreprises doivent trouver un équilibre entre le personnel/les compétences, la culture, la technologie et les processus. Par le passé, les entreprises ont pu faire face aux volumes de données croissants en construisant davantage de Data Lakes, mais ce n'est plus la bonne solution aujourd'hui. Malgré cela, 69 % des décideurs prévoient de créer davantage de Data Lakes au cours des trois prochaines années, ce qui perpétue ce cycle inefficace. Aujourd'hui, seuls 16 % des décideurs s'intéressent de plus près à la pile de performances pour restructurer la façon dont ils traitent les données dont ils disposent et pour mieux les utiliser. 52 % des entreprises prévoient de le faire au cours des trois prochaines années, mais elles ne peuvent pas se permettre de perdre tout ce temps.



83 % des décideurs signalent quelques-uns ou la totalité des obstacles suivants à la capture, à l'analyse et à l'action sur les données : les coûts élevés du stockage ; un entrepôt de données qui n'est pas optimisé ; une infrastructure informatique obsolète ; et des processus trop manuels pour répondre à leurs besoins. Un modèle as-a-service peut faire face à ces obstacles.

Figure 4

« Que fait votre entreprise pour mettre en place une culture et des collaborateurs prêts pour les données ? »



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM

Remarque : les pourcentages n'atteignent pas un total de 100 en raison de l'arrondissement.

Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

Un modèle de données as-a-service aidera les entreprises à surmonter la contradiction des données

Les entreprises s'orientent vers un modèle de consommation d'infrastructure et d'applications de données as-a-service au cours des deux à trois prochaines années. En tirant profit d'une approche as-a-service, les entreprises bénéficient d'un modèle qui peut évoluer en fonction de leurs besoins. En outre, les modèles de consommation as-a-service permettent de traiter plus de données en temps réel afin d'offrir une valeur instantanée. Seul un environnement dynamique, dans lequel les entreprises peuvent provisionner des applications à l'aide d'un simple bouton, peut gérer cela. La transition vers un modèle de données as-a-service est axée sur les éléments suivants :

- › **Les attentes selon lesquelles un modèle de données as-a-service contribuera à surmonter le paradoxe des données.** Un modèle de données as-a-service permet aux entreprises d'être plus adaptables et, par conséquent, plus agiles. Il libère également de la capacité pour permettre aux entreprises d'évoluer vers des volumes et des demandes de données fluctuants. De plus, il comble les lacunes en matière de compétences techniques et de données que connaissent les entreprises.

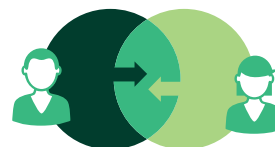
Les décideurs en données perçoivent clairement les avantages liés au passage à une stratégie de données as-a-service au cours des deux à trois prochaines années (voir figure 5). 57 % des décideurs s'attendent à ce que le principal avantage de l'approche des données as-a-service soit l'accessibilité des données grâce à un point d'accès unique. La moitié des décideurs en stratégie de données s'attendent à ce que les mouvements de données deviennent plus faciles d'une plate-forme à une autre, et près de 39 % pensent qu'un modèle as-a-service leur permettrait de tracer la manière et l'endroit où leurs données se déplacent avec plus de simplicité et de précision. Au final, cela pourrait aider les 66 % des décideurs qui envisagent de monétiser leurs données pour atteindre leurs objectifs.

- › **Consolidation de l'infrastructure de données du Cloud public tout en traitant avec les réalités du Cloud hybride.** Au cours des trois prochaines années, les décideurs en données vont réduire le nombre de Clouds publics qu'ils utilisent pour la gestion des données. Au fur et à mesure que les entreprises migrent vers des fournisseurs de Cloud public, la passerelle vers la technologie as-a-service et un modèle de consommation de données à la demande s'ouvre également. Les entreprises peuvent mieux gérer leurs données en s'éloignant de l'infrastructure obsolète et en accédant aux dernières technologies fournies via un service. Aujourd'hui, la plupart des fournisseurs de Cloud privé hébergés proposent un Cloud public géré et proposent même des services de conseil en migration pour aider les clients à y parvenir plus rapidement.

Les dirigeants d'entreprise prévoient également de mettre en œuvre des intégrations entre les services de Cloud public restants et les Clouds privés. Cela paraît logique : Il n'est pas rare que les dirigeants d'entreprise admettent avoir opté pour un trop grand nombre d'offres de Cloud public déconnecté, tout en ignorant les réalités sur site. Les entreprises ont toujours besoin de pouvoir exécuter les mêmes composants de gestion des données sur plusieurs Clouds publics tout en conservant des données sur site, pour les sauvegardes de données, l'archivage ou pour des raisons réglementaires.³ Sans solution, cette tendance rendra encore plus difficile le paradoxe des données, qui veut davantage de données, mais n'utilise pas efficacement celles qu'il possède.



47 % des décideurs en données ne sont plus retenus par les infrastructures obsolètes, l'un des principaux objectifs du déploiement d'un modèle de données as-a-service.

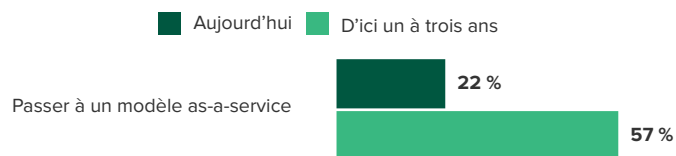


Au cours des trois dernières années, seulement 28 % des décideurs ont utilisé des informations sur les données pour orienter le développement de nouveaux produits et services.

Le passage à une approche de données as-a-service nécessite l'adhésion de l'organisation, un leadership en matière de données (avec notamment l'ajout de défenseurs des données au sein du conseil d'administration de la société), un support aux partenaires fournisseurs et des architectures de données orientées résultats. Ce niveau de changement demande du temps, des ressources et de la patience, mais les décideurs en matière de données ont également besoin d'un programme qui offre une valeur itérative, sur le court terme, et non dans trois ans.⁴ Il s'agit d'une opportunité sans précédent pour les décideurs en données. Les entreprises peuvent devenir des champions des données en s'associant à des fournisseurs qui peuvent les aider à équilibrer la technologie et les changements culturels, afin d'être véritablement prêtes pour les données dès aujourd'hui. Les fournisseurs peuvent y parvenir en aidant les entreprises à adopter la technologie de bout en bout adaptée afin d'éliminer les silos et d'aligner les environnements de données, tout en les aidant à favoriser la bonne culture des données. Avec la bonne combinaison, il n'y a aucune raison pour que les entreprises ne soient pas en mesure d'obtenir des informations en temps réel sur les données, afin d'améliorer leurs résultats opérationnels et de toujours dépasser leurs attentes.

Figure 5

« Parmi les propositions suivantes, lesquelles font partie de votre stratégie de gestion des données aujourd'hui et en feront partie au cours d'ici un à trois ans ? »



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM
Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

Principales recommandations

Sur la base de notre enquête approfondie auprès de 4 036 décideurs en données concernant leurs stratégies de données, nous avons formulé plusieurs recommandations pour aider les entreprises à transformer leur défi des données en opportunités commerciales. Cependant, la recommandation globale repose sur les entreprises capables de développer une stratégie de données qui équilibre la culture et la technologie des données. La concentration sur un domaine ne doit pas empêcher de se concentrer sur l'autre.



Attendez-vous à acheter des résultats, et non des technologies. Les services regroupent les technologies, les données et les efforts humains dans la promesse d'un résultat. Par exemple, la technologie de stockage, d'intégration et d'interrogation des données, optimisée par les scripts d'automatisation et par certaines interventions humaines, peut créer des données d'inventaire et de vente prêtes pour l'analytique. Ces données permettent de prendre des centaines, voire des milliers de décisions commerciales plus efficaces, ce qui permet de réduire les coûts et d'augmenter les ventes. Par le biais d'un modèle de données as-a-service, les fournisseurs peuvent simplifier la mise en package, la tarification et la livraison de jeux de données prêts pour l'analytique, au lieu de proposer un ensemble d'outils dont l'adaptation à l'organisation nécessite beaucoup de main-d'œuvre.



Mesurez la valeur des résultats opérationnels obtenus. Les données as-a-service modifient non seulement la façon dont vous allez acheter la technologie, mais aussi la façon dont vous concevez le dossier commercial pour l'investissement. Étant donné que les données as-a-service garantissent la livraison de données à un coût connu, les entreprises peuvent plus facilement créer des dossiers commerciaux pour les investissements. Cependant, nous invitons les entreprises à voir au-delà des avantages concrets. Les données as-a-service ne seront pas toujours moins chères. Au lieu de cela, valorisez les avantages apportés par les stratégies mises en place. Vous bénéficierez ainsi d'une vision des avantages plus élargie pour justifier vos investissements. Le fait que les données as-a-service offrent également une flexibilité future est un avantage supplémentaire, qui va générer des retours sur le long terme au fur et à mesure que la situation évolue.

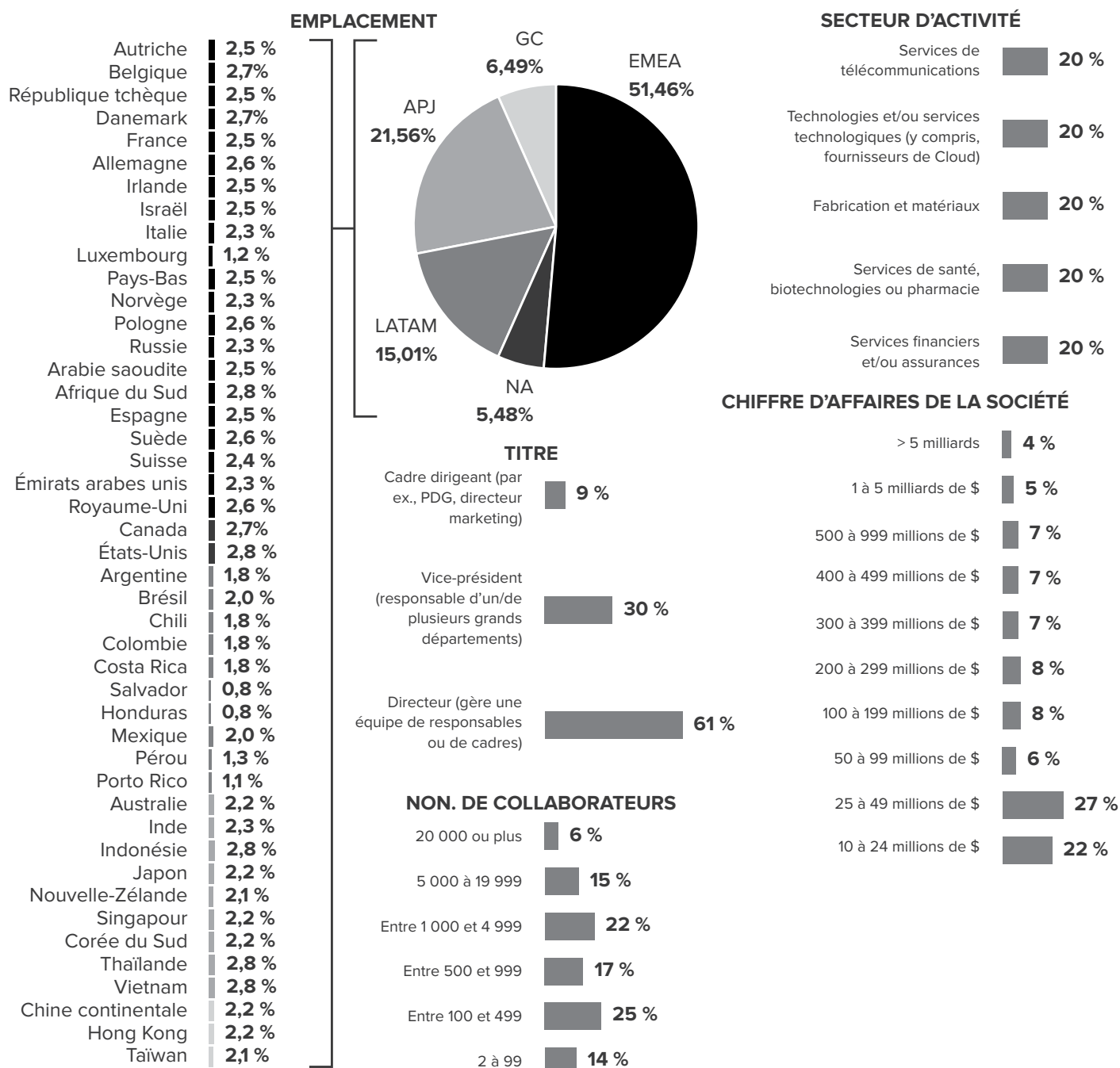


Identifiez les inhibiteurs de la culture et des talents face aux données as-a-service. Le passage à un modèle as-a-service pour les données va se heurter à des problèmes au niveau des personnes et de la culture, tout comme cela a été le cas pour l'adoption du logiciel as-a-service. Les entreprises doivent se lancer dès maintenant, en identifiant les processus et les stratégies en fonction des besoins éliminés par les modèles as-a-service. Par exemple, que va-t-il se passer pour les trois collaborateurs dont le travail consiste à gérer 35 instances de votre serveur d'intégration de données ? Ou bien, vos analystes commerciaux peuvent-ils facilement consommer des données mises à disposition par le biais d'un service ? Il est temps de comprendre les implications des données as-a-service, d'identifier les problèmes au niveau des personnes et de commencer à travailler sur la gestion des changements.

Annexe A : Méthodologie

Dans cette étude, Forrester a mené une enquête en ligne auprès de 4 036 décideurs en données dans les services de télécommunications, les technologies et/ou les services technologiques (notamment les fournisseurs de Cloud), la fabrication et les matériaux, les services de santé, la biotechnologie ou la pharmacie, ainsi que les services financiers et/ou les assurances dans 45 sites, pour évaluer la façon dont le volume de données a affecté leur activité et les étapes qu'ils mettent en place pour transformer ces données en un outil précieux, notamment en tirant profit d'un modèle de données as-a-service. Les participants à l'enquête ont compris des décideurs au niveau directeur ou supérieur dans des rôles informatiques et non informatiques, responsables de la gestion des données et de la transformation numérique. Les questions posées aux participants ont porté sur la manière dont les volumes de données ont changé, sur les obstacles auxquels ils sont confrontés, sur les objectifs commerciaux et technologiques, et sur l'utilisation de modèles as-a-service. L'étude a débuté en décembre 2020 et s'est terminée en mai 2021.

Annexe B : Informations démographiques/données



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM

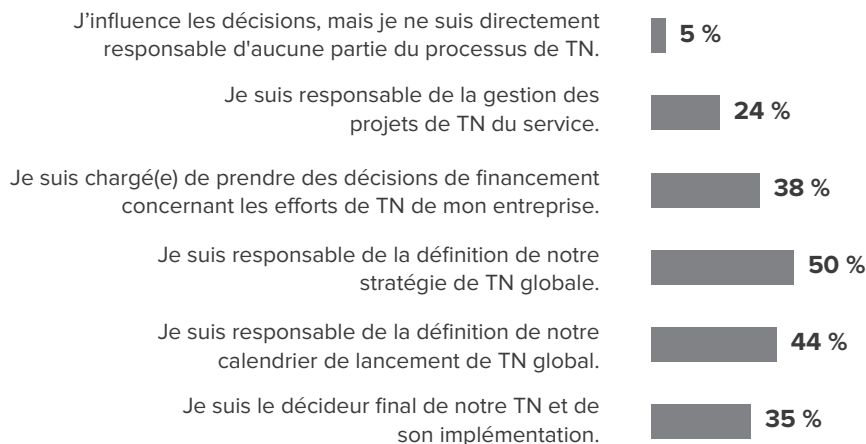
Remarque : les pourcentages peuvent ne pas atteindre un total de 100 en raison de l'arrondissement.

Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

RESPONSABILITÉ

Technologie/processus pour la gestion des données (non informatique ; N = 3 648)	Stratégie de gestion des données (informatique ; N = 388)
37 % Une certaine influence	31 % Influenceur de décision
37 % Indirecte mais impacte le travail	49 % Partie de l'équipe
26 % Directement responsable	21 % Décideur final

RESPONSABILITÉ DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



Base : 4 036 directeurs + décideurs responsables des données et des stratégies de données dans les régions NA, EMEA, APJ, GC ou LATAM
Remarque : les pourcentages peuvent ne pas atteindre un total de 100 en raison de l'arrondissement.
Source : étude réalisée par Forrester Consulting à la demande de Dell Technologies, mai 2021

Annexe C : Notes de fin

¹ Source : « DataOps For The Intelligent Edge Of Business », Forrester Research, Inc., 3 décembre 2020.

² Source : « Your Business Is Only As Fast As Your Data. », Forrester Research, Inc., 15 janvier 2021.

³ Source : « Now Tech: Master Data Management, Q4 2020 », Forrester Research, Inc., 21 octobre 2020.

⁴ Source : « Evaluate Your Data And Information Management Maturity », Forrester Research, Inc., 30 octobre 2020.